

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

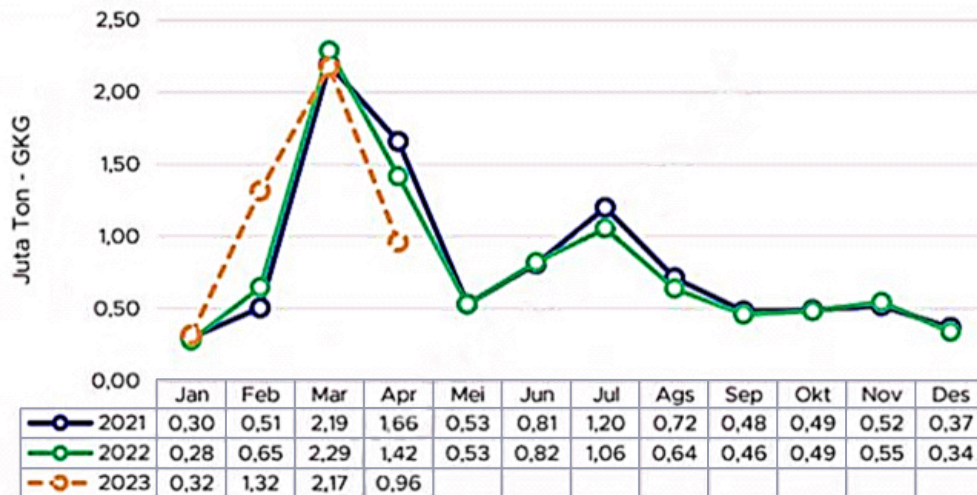
Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang hasil pertaniannya melimpah, banyak masyarakat Indonesia yang bermata pencaharian sebagai petani. Salah satu hasil pertanian yang sangat penting bagi kelangsungan hidup ialah tanaman padi, Padi adalah tanaman penghasil beras yang mana mayoritas masyarakat Indonesia sangat bergantung pada beras, karena beras menjadi bahan makanan pokok masyarakat Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang meningkat setiap tahunnya juga berdampak pada peningkatan jumlah permintaan beras sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat Indonesia (Rozen & Kasim, 2018).

Tabel 1.1. Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Perbulan September menurut Beberapa Jenis Makanan di Indonesia.

No	Jenis komoditas	September 2017 (kg)	September 2018 (kg)	September 2019 (kg)	September 2021 (kg)	September 2022 (kg)
1	Beras	6,541	6,566	6,412	6,753	6,812
2	Jagung basah dengan kulit	0,103	0,118	0,134	0,159	0,161
3	Ketela pohon	0,441	0,428	0,413	0,563	0,514
4	Ketela rambat	0,249	0,294	0,281	0,275	0,280

Sumber: BPS, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1. menunjukkan bahwa dalam enam tahun terakhir, pola konsumsi beras perkapita per bulan September mengalami sedikit peningkatan yaitu dari sebesar 6,541 kg pada tahun 2017 menjadi 6,812 kg di tahun 2022. Konsumsi beras masyarakat Jawa Timur pada tahun 2019, 2020, dan 2021 mengalami peningkatan berturut-turut yaitu sebesar 4,40 juta ton, 4,33 juta ton, dan 4,34 juta ton beras. Pertumbuhan konsumsi beras ini umumnya meningkat bersamaan dengan bertambahnya jumlah penduduk di Provinsi Jawa Timur (BPS, 2022). Kebiasaan masyarakat Indonesia mengonsumsi beras membuat industri beras menjadi salah satu usaha yang memiliki masa depan cukup menjanjikan.



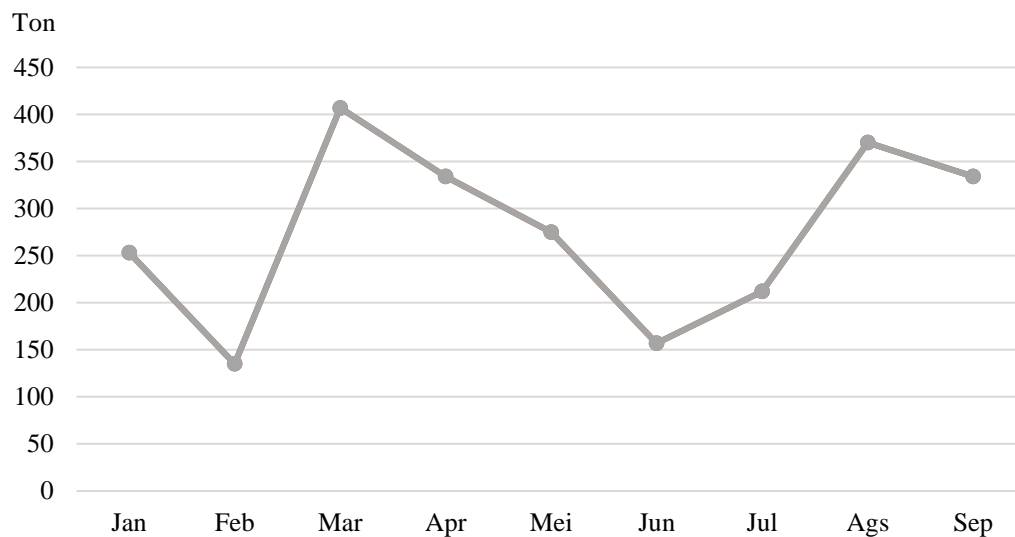
Gambar 1.1. Produksi Beras di Jawa Timur (juta ton) tahun 2021-2023

Sumber: BPS, 2022

Berdasarkan data Digambar 1.1 tersebut diketahui bahwa produksi beras dari tahun 2020 hingga tahun 2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2022 produksi beras di Jawa Timur setara dengan 5,50 juta ton beras atau mengalami penurunan sebesar 152 ribu ton (2,69 persen) dibandingkan 2021 yang sebesar 5,65 juta ton. Produksi beras di Provinsi Jawa Timur dari tahun 2020, 2021, dan 2022 mengalami penurunan secara berturut-turut yaitu sebesar 5,74 juta ton, 5,65 juta ton, dan 5,50 juta ton.

Perbandingan antara konsumsi beras dan produksi beras di Provinsi Jawa Timur berbanding terbalik, perbandingan antara konsumsi beras dan produksi beras masih mengalami surplus, namun jika kondisi ini berlansung dalam jangka waktu yang cukup lama maka akan menyebabkan kurangnya pasokan beras. PT. Komoditi Tani Indonesia ialah salah satu perusahaan baru yang bergerak di bidang industri beras yang berdiri sejak tahun 2021. Beras yang diproduksi ialah beras premium dan beras medium. Beras premium mempunyai merk Sulthan Aji, dan beras dengan kualitas medium mempunyai merk Djoeragan Moeda. Sistem penjualan beras yang dilakukan oleh PT. Komoditi Tani Indonesia ialah sistem penjualan melalui

agen dan toko ritel. Berdasarkan data jumlah konsumsi beras yang meningkat dan data jumlah produksi beras yang menurun maka penjualan beras diperkirakan akan mengalami peningkatan, namun berdasarkan data hasil penjualan dari PT Komoditi Tani Indonesia cenderung mengalami penjualan yang tidak stabil.



Gambar 1.2. Penjualan Beras PT Komoditi Tani Indonesia Januari-September 2023
Sumber: PT. Komoditi Tani Indonesia, 2023

Gambar 1.2 menunjukkan data penjualan beras PT. Komoditi Tani Indonesia dari bulan Januari hingga bulan September 2023 mengalami penjualan yang cenderung menurun dan tidak stabil. Penjualan beras tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 407,426 Ton, dan penjualan beras terendah terjadi pada bulan Februari yaitu sebesar 135,480 Ton. Seharusnya penjualan beras PT. Komoditi Tani Indonesia diprediksi akan meningkat karna berdasarkan data BPS produksi beras selama tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Namun, penjualan beras yang di produksi oleh PT. Komoditi Tani Indonesia cenderung menurun dan tidak stabil.

Bisnis komoditas beras sangat menjanjikan membuat bisnis komoditas beras menjadi salah satu usaha yang memiliki masa depan cukup menjanjikan. Hal

tersebut menjadikan banyaknya pesaing baru bermunculan dengan berbagai merek beras yang bermunculan di pasaran. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus terus berupaya untuk memperluas pemasaran dan memenangkan pasar. Jumlah penjualan yang menurun menjadi tolak ukur perbaikan produk. Untuk dapat memperluas dan meningkatkan volume penjualan perusahaan perlu untuk menjaga kepuasan dan loyalitas. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah dengan memperhatikan bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang diterapkan di PT. Komoditi Tani Indonesia terlihat masih belum maksimal, seperti produk yang kualitasnya masih belum terjamin, harga yang masih belum terjangkau, lokasi penjualan terbatas, promosi yang kurang menarik, keterbatasan karyawan, proses pelayanan yang kurang maksimal, dan sarana yang kurang mendukung. Hal-hal tersebut dikaji lebih dalam untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan agar tetap terjaga.

Bauran pemasaran merupakan konsepsi perpaduan dari suatu variabel inti sistem pemasaran meliputi elemen, yaitu produk, harga, promosi, distribusi, elemen bukti fisik, orang, dan proses. Perusahaan dapat menggunakan variabel tersebut untuk dapat memengaruhi respons konsumen. Tujuan utama bauran pemasaran ini untuk suatu produk, harga, dan di tempat yang tepat disertai promosi yang tepat juga. Suatu produk dapat diterima dengan baik oleh target market yang sudah ditentukan dikarenakan kegiatan bauran pemasaran dijadikan elemen utama di kegiatan pemasaran modern saat ini, yaitu sebagai seperangkat aktivitas pemasaran taktis yang bisa dikendalikan, dipadukan perusahaan untuk mendapatkan respons yang sesuai keinginan pasar sasaran (Arianto, 2021).

Menurut Indrasari (2019), memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan membuat peneliti bermaksud untuk menggali penyebab penurunan penjualan perusahaan. Mengklarifikasi kembali faktor determinan terhadap kepuasan pelanggan yaitu faktor bauran pemasaran 7P diantaranya produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan fasilitas fisik. Sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan strategi

pemasaran terkait dengan faktor determinan terhadap kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beras di PT. Komoditi Tani Indonesia”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan beras di PT. Komoditi Tani Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di PT. Komoditi Tani Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan beras di PT. Komoditi Tani Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan beras di PT. Komoditi Tani Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan beras di PT. Komoditi Tani Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan beras di PT. Komoditi Tani Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Mahasiswa dapat membandingkan teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dengan kondisi asli lapangan.
 - b. Mahasiswa mampu menerapkan metode yang tepat dalam menganalisis

suatu permasalahan yang ada untuk mencari solusinya.

2. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi dan literatur untuk peningkatan ilmu dan pengetahuan bagi civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bahan studi literatur untuk penelitian yang serupa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dapat digunakan untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
- b. Sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.